

LA INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA INDUSTRIA DE LA REMANUFACTURA DE CARTUCHOS PARA IMPRESORA LÁSER

UNA NUEVA VISIÓN DEL MARKETING DIGITAL

THE INFLUENCE OF SOCIAL NETWORKS ON THE GLOBALIZATION OF THE REMANUFACTURING:

A NEW VISION OF DIGITAL MARKETING

Helmuth Fernando Negro Parias, Universidad ECCI, Colombia.

Christian Fernando Choque Calderón, Universidad ECCI, Colombia.

Germán Alberto Cañón Sánchez, Universidad ECCI. Colombia.

Resumen: Este artículo tiene como objetivo examinar el mercado de la Remanufactura de cartuchos laser en Bogotá y llegar a tener conclusiones solidas que permitirán tomar decisiones empresariales para el beneficio de las mismas, en pro de dar una nueva visión en el mundo del marketing digital; estando así a la vanguardia de las nuevas tendencias mundiales. De esta manera abarcaremos temas del marketing tradicional en entornos de marketing digital y veremos cómo los canales digitales pueden transformar un mercado y puede promover nuevos medios de comercialización, con un único objetivo que lo llamamos “dejar de vender, y concentrarse en fidelizar sus clientes actuales y los nuevos a los que se pretende llegar “, aprovechando que el medio por el que las ventas se están disparando es el internet, utilizando cada una de las herramientas on line. Para la elaboración de este documento nos basamos en la documentación suministrada por los tutores de la UCA (Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires), algunos otros documentos consultados y el conocimiento adquirido a lo largo de nuestro programa de pregrado.

Este trabajo concluye generando una estrategia de comunicación a nivel de marketing digital en sus diferentes facetas que permitirán fidelizar clientes y por consiguiente un aumento significativos en las ventas.

Palabras Clave: Remanufactura, Marketing Digital, Fidelizar, Redes Sociales,

Abstract: This article aims to examine the market of the Remanufactura of laser cartridges in Bogota and have solid conclusions that will help make business decisions for the benefit of the same, in favour of giving a new vision in the world of digital marketing. so being at the forefront of global trends. In this way, we will cover themes of traditional marketing environments of digital marketing and see how digital channels can transform a market and can promote new media marketing, with a single objective that we call "stop selling, and concentrate on retain your current customers and new intends to get", taking advantage of the medium by which sales are soaring is the internet using each of the tools online. for the elaboration of this document we rely on documentation provided by the guardians of the UCA (Pontificia Universidad Católica Argentina Santa María de los Buenos Aires), some other documents consulted and the knowledge acquired through our undergraduate program.

This work concludes generating a communication level digital marketing strategy in its different facets that will help retain customers and therefore a significant increase in sales.

Key words: Remanufactures, Digital Marketing, loyalty, social networks,

Introducción

Partiendo de un sencillo análisis la tendencia de compra del consumidor bogotano, encontramos que la inclinación o decisión de compra en el tema de soluciones de impresión toma mayor importancia en la remanufacturación de cartuchos desplazando del mercado de una manera notoria a las grandes marcas proveedoras y creadoras de los insumos para impresión; debido a esto las empresas dedicadas a la reutilización de esos insumos, toman una mayor importancia en la decisión de compra de los usuarios finales; según cifras de IDC Colombia, firma de investigación de mercados en tecnológicos, nos indica que el 60 % del mercado general de la venta de cartuchos para impresión láser es comandado por la venta de suministros

rellenados o remanufacturados y el 40 % hace parte de los cartuchos originales; esto contemplando los segmentos que podemos encontrar, como los son: segmento empresarial y el segmento personal. Esto nos da un panorama más claro sobre las opciones en insumos de impresión que tienen los bogotanos y los motivos de compra que llevan a las personas a escoger la opción más adecuada de re manufactura. Para efectos de este artículo nos concentraremos en las empresas que desempeñan la labor de relleno y remanufactura de los tonner, como se les conocen en el mercado, como mencionamos anteriormente en este segmento hay un volumen de compra mucho mayor el cual carece de estrategias digitales.

Marco teórico:

Social media

Segmentación, targeting y posicionamiento

* Queremos dar inicio a este artículo partiendo de unos términos que son necesarios para poderle dar la profundidad que se necesita para el tema a tratar que es social media es por eso que queremos dar inicio conociendo el significado de la segmentación según Victor Chirillo licenciado en comunicación publicitaria e institucional UCA donde decía que la Segmentación es identificar grupos atractivos para servir con eficacia y precisión la mejor manera de llegar a un mercado grande, es dividiéndolo en grupos más pequeños, para no hacer un promedio que no conforme a nadie, esto es algo que se debe tener en cuenta en el momento que de focalizar un segmento, pero no podemos dejar a un lado la importancia que tiene para este tema el Targeting, que es el target que debe ser específico y rentable. Debe describirse con precisión y claridad. El target no es excluyente, pero sí preferencial. Y evoluciona constantemente, aunque no cambia sin sentido, debemos incluir la mayor cantidad de información posible: edad, sexo, intereses, rutina, ideología, educación, etc. En el momento en que ya tengamos claros estos conceptos podremos dar inicio a conformar nuestro segmento y target del producto o servicio al cual queremos dar un posicionamiento y si tenemos en cuenta lo que dice Victor Chirillo acerca del posicionamiento el resalta que esto implica el definir cómo queremos ser ubicados en la mente del consumidor y cómo asocia nuestra marca con diversos conceptos

El tercer término a tratar son las redes sociales las cuales han tenido un auge importante desde hace 8 años aproximadamente donde por medio de Facebook, Twitter o simplemente desde un correo electrónico nos enviaban información de interés a cada uno de nosotros, estas se convirtieron en una herramienta de suma importancia para nosotros o para las empresas de aquí la importancia de generar marketing a través de las redes sociales por que se evidencio la facilidad de

Segmentar y direccionar la información a un target específico que nos permita dar a conocer nuestras marcas, empresas o simplemente darnos a conocer nosotros mismos.

A continuación hablaremos de tres importantes puntos sobre la importancia del marketing de redes sociales para tu negocio.

- * Exposición: la exposición en las redes sociales es una de las ventajas más importantes en la actualidad, las estadísticas muestran que al menos el 80% de las personas en la red tiene una cuenta en una red social. Esto sin duda alguna se vuelve vital si deseas llegar a un grupo amplio de usuarios de manera económica.

- * Ventas potenciales: las redes sociales nos proporciona una importante fuente de ventas si logramos posicionar correctamente nuestro producto podemos llegar a aumentar las ventas hasta un 100% con un buen trabajo de marketing.

- * Costo bajo: como sabemos lograr llegar a un número amplio de personas por medio de los tradicionales como la televisión y la radio resulta es una inversión fuerte para una empresa, mientras que podemos llegar a un público más amplio por medios de las redes sociales gastando solo el 10% de lo que gastaríamos en medios tradicionales.

Estas son algunas de las muchas ventajas que nos ofrece la inversión de marketing en las redes sociales y podremos incrementar primero las ventas, segundo nuestro clientes y tercero y no menos importante el posicionamiento de marca de nuestras marcas.

Teniendo en cuenta que existe un sin número de redes sociales queremos centrarnos en las que más penetración y aceptación han tenido por parte del público y las cuales han ayudado a tener un posicionamiento importante en cada uno de sus segmentos es por eso.

Empezamos con:

Facebook:

Que cuenta con más 800 millones de usuarios activo y hombres, además no solo sella a generaciones jóvenes sino también a audiencia mayores entre 35 y 54 de los cuales el 67 tienen ingresos desde 18.000 a 55.000 euros

Sirve para:

- * Generar relaciones más dinámicas con los clientes, actualizaciones detalladas y pueden utilizar sus perfiles como extensiones de sus websites.
- * Construir una marca con la comunidad de Facebook, utilizando diversas aplicaciones. –
- * Monitorear la actividad de la página de la empresa, gracias a Facebook Insights, para obtener respuesta sobre qué contenidos tienen mejor recepción (likes y comentarios).
- * Facilidad y amplitud para hacer networking. –

LinkedIn

Es una red profesional que posibilita la búsqueda de nuevos clientes y profesionales y facilita las relaciones con marcas influyentes para la empresa. Audiencia: LinkedIn cuenta ya con más de 135 millones de usuarios activos, de los que el 59% son hombres y un 41% son mujeres. La mayoría de su audiencia se encuentra entre los 25-34 años, seguido de los que están entre los 35-54 años, encontrándose España entre los 15 países que más utilizan esta red.

Sirve para: -

- * Buscar nuevos clientes y facilitar las relaciones con marcas influyentes para la empresa
- * Crear círculos de contactos donde integrar profesionales cualificados y expertos del sector.
- * Dar a conocer la empresa y obtener información relevante para ella a través de preguntas a distintos grupos que pueden crearse

Google +

G+ funciona de manera similar a Facebook, permitiendo que las marcas interactúen dinámicamente con los usuarios, pero esta plataforma permite dirigir el contenido a usuarios específicos, dándoles mayor relevancia a los mensajes.

- * Audiencia: G+ es relativamente nueva, la mayoría de los usuarios son hombres (63%), comparados con las mujeres (37%).
- * La audiencia es bastante menor que las del resto de redes sociales, la mayoría están entre los 18-34 años.
- * Sirve para:
- * Hacer negocios con consumidores jóvenes, usuarios iniciales.
- * Crear interacciones sociales dirigidas vía círculos.

Twitter

Esta red cuenta ya con más de 200 millones de usuarios activos, y es excelente para generar conversaciones entre marcas y seguidores en tan sólo 140 caracteres.

- * Audiencia: La mayoría de los usuarios de Twitter son mujeres (62%), hombres (38%). El 71% de usuarios oscilan entre los 25 y 54 años y el 63% de usuarios ganan 18.000€ – 55.000€.

Sirve para:

- * Compañías que no cuentan con mucho tiempo pero desean estar conectadas.
- * Averiguar lo que se está hablando de la marca,
- * permitiendo dar respuesta directa a dudas de clientes, críticas, así como promocionar productos, brindar servicio al consumidor, investigación de mercado, etc.

Pinterest

Una pizarra virtual que permite a los usuarios “colgar” fotos, enlaces, etc., y organizarlos. Otros usuarios pueden hacer like, comentar y compartirlos.

Audiencia:

* La popularidad de este sitio ha explotado, recibiendo sólo en una semana de Diciembre 11 millones de visitas, cuarenta veces más del número de visitas recibidas seis meses antes. La mayoría de usuarios son mujeres (83%) y el 70% de usuarios ganan 18.000€ – 55.000€.

Sirve para:

* Ganar exposición para los productos, particularmente aquellos productos cuyos diseños sean creativos, ya que cada post requiere una foto.

* Negocios con mercancía visual que permite a los usuarios comprometerse con la marca e industria.

YouTube

Gracias a los tutoriales y video blogs, esta plataforma para compartir vídeos se ha convertido en pieza clave para atraer consumidores.

* Audiencia: Este sitio cuenta con proporciones similares de mujeres y hombres, pero se segmenta más por edad 45-54 (30%), 35-44 (22%) y 25-34 (18%).

Sirve para:

* Negocios cuyos productos pueden promocionarse de mejor manera a través de tutoriales y demostraciones.

* Marcas que puedan producir y beneficiarse de vídeos de calidad. Utiliza estos datos para elegir los servicios de Social Media que mejor se adaptan a tu empresa

Fuente: <http://www.aldeonline.com/blog/las-6-redes-sociales-con-mayores-ventajas-para-empresas/#sthash.hETE9cXz.dpuf>

Una herramienta que nos puede servir a parte de estas redes sociales es el inbound marketing que en la que nos permite reunir la información de general de los clientes o de los futuros prospecto.

Que es el inbound marketing:

En pocas palabras, podría decirse que el inbound marketing consiste en una serie de técnicas de marketing dirigidas a incrementar el número de visitantes que registra una determinada página web, un blog o un perfil en redes sociales, con el fin de que acaben convirtiéndose en leads (es decir, registros o cupones con los datos de aquellas personas que se han interesado por los contenidos online de la empresa). A partir de aquí, los responsables de marketing irán trabajando con esta información, con el objetivo de preparar a los usuarios para que conozcan bien la compañía y acaben convirtiéndose en clientes.

Fuente: <http://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es>

Y ya para finalizar abarcaremos una herramienta la cual podríamos decir que fue la pionera en toda esta historia de las redes sociales, es por eso que debemos tocar el tema del mail marketing que simplemente es hacer llegar la información de interés al cliente de tal forma que el cliente ya sabe que es lo que quiere adquirir mediante esta fuente.

Fuente primario: entrevista

Empresa: Overtake Ltda.

Entrevistado: Sra. Jennifer Pablos, Sr Oscar Fernando Higuera

Cargo: Gerente Administrativa y Gerente Comercial

Estudios: Sra. Jennifer Pablos: tecnólogo en administración de la Universidad Unitec,

Diplomado en norma iso 9000 – 9001, Fotografía esto por parte de la,

Sr Oscar Fernando Higuera: Administración de Empresas, larga experiencia en el sector bancario y manejo al usuario.

Entrevista realizada el día 08 de marzo de 2016, en la ciudad de Bogotá, en el barrio villa luz, sede principal de la compañía Overtake Ltda.

* Que es Overtake?

* Que fue lo que la motivo a llevar a cabo la idea de negocio en ese mercado?

* Que le ha permitido a Overtake mantenerse en el mercado?

* Cuáles son las expectativas de Overtake frente al mercado?

* Que está haciendo Overtake para atraer nuevos clientes?

* Han visto evolución de clientes por medio de las redes sociales?

* Creen que Facebook es la herramienta adecuada para segmentar sus clientes o consideran que hay otra red social más adecuada?

* Consideran que las redes sociales les pueden traer nuevos negocios y nuevos clientes?

* Overtake maneja un departamento de mercadeo?

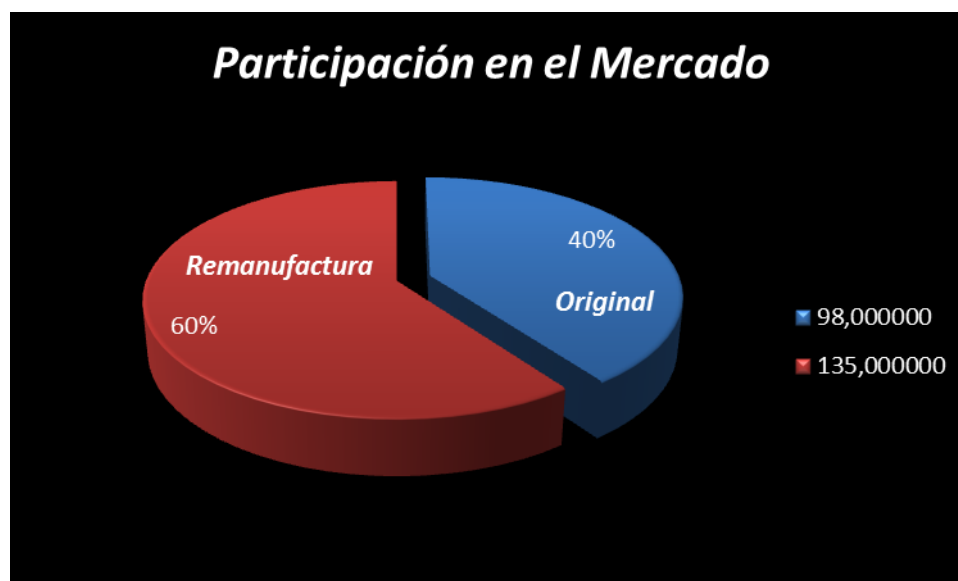
* Cual es el impedimento que tiene la empresa para desarrollar estrategias en las redes sociales.?

* Como se encuentran frente al mercado actualmente?

Diseño Metodológico

La metodología con la que se realiza esta investigación es un estudio Exploratorio. Para dar comienzo a esta metodología recurrimos a una fuente primaria; la cual cuenta con experticia necesaria en el campo de la Remanufactura y para ello recurrimos a la entrevista como herramienta para obtener datos con base a nuestro tema de investigación ***“la influencia de las redes sociales en la industria de la Remanufactura para impresoras láser”*** También para poder orientar un poco la investigación y definir más claramente nuestro horizonte, tomamos como referencia un instrumento construido para analizar datos del mercado de consumo de insumos para impresión, de esta manera contamos con dos factores importante; el primero es el entorno del mercado de soluciones para impresión y en segunda instancia la visión gerencial de una empresa dedicada a la Remanufactura.

originales	40%	98,000,000
remanufacturados	60%	135,000,000



Fuente: Revista Dinero. Según cifras de IDC Colombia.

Se observa que la industria de Remanufactura está abarcando el 60 % del mercado informal de ventas de cartuchos para impresoras sobre el 40 % de los cartuchos originales. Lo cual nos

permite enfocar la investigación a ese mercado, en el que hay un potencial para trabajar y aplicar los hallazgos encontrados .en el transcurso de la investigación.



Estado de resultados.

De acuerdo con la información suministrada por la gerente de la compañía Overtake Ltda., podemos detectar las razones por las cuales la compañía no ha enfocado sus esfuerzos, estas razones las hemos podido detectar mediante el medio de recolección (entrevista) por consiguiente esto nos arrojó la siguiente información y la cual mencionaremos a continuación.

Analizando las respuestas que contestaron a nuestro moderador, hemos rescatado los aspectos con más relevancia para efecto a nuestra investigación. Dichos aspectos serán claves para generar el planteamiento más adecuado y conveniente en pro de la compañía.

- Se enfoca en tener únicamente clientes empresariales.
- Teniendo página web, es notorio el descuido de la misma.
- Foco a referidos
- Prioridad en clientes existentes, más no los nuevos.
- Único sistema de comunicación. E mail
- El voz a voz es más valioso.

- No hay departamento ni persona a cargo del área de mercadeo.
- No hay tiempo para el desarrollo de actividades digitales.
- No hay personal que se encargue de las actividades de mercadeo.
- Calidad de producto, precio en comparación a la competencia.

Hemos descrito anterior mente las falencias y las oportunidades que esta empresa ha demostrado tener para sumergirse en el mundo del internet y claramente las redes sociales, ya que en la actualidad los hábitos y costumbres del consumidor están en constante evolución. Es por este motivo que queremos diseñar una estrategia para esta empresa, para poder hacer llegar las ofertas de producto y servicio a un grupo determinado de cliente y así mismo capturar más clientes y por consiguiente esto tendrá un avance significativo con respecto al crecimiento de las ventas y de la utilidad para el beneficio de la compañía.

Sabemos al reto que nos enfrentamos, puesto que no es una tarea fácil ya que si el mensaje no es efectivo y claro, habremos incurrido en un arma de doble filo porque no lograremos la atención del público o aun peor, la imagen de la empresa; podría hacharse a perder. Ya que sabemos que una buena estrategia exitosa nos lleva a el aumento sustancial de los ingresos de la empresa. Lo que pretendemos también es fidelizar mucho más los clientes con respecto a la marca mientras se capta su atención.

La estrategia que queremos plantear y sugerir es la siguiente:

Como primera medida recomendamos a la compañía poner en pie el departamento de mercadeo, y así mismo delegar un colaborador para que esté al tanto de las decisiones correspondientes al mercadeo digital.

Posterior mente vamos a crear cuentas en distintas redes sociales, como lo son:

- ✓ LinkedIn.
- ✓ Google +
- ✓ Facebook
- ✓ Pinterest.
- ✓ Twitter.

✓ YouTube.

Luego de tener las cuentas creadas queremos emprender una estrategia de mail marketing, en la cual emprenderemos la labor informativa y allí se dará a conocer toda la información referente a la empresa, ubicación, servicios, contactos, productos, descuentos e información general de la compañía.

Posterior mente y ligado al mail marketing queremos hacer uso de inbound marketing, con este pretendemos aumentar la base de datos de Overtake de cliente, de esta manera vamos a ir conectando nuestras mercadeo digital.

Aleatoriamente con Facebook y las demás redes sociales, se llevara a cabo acciones como: responder dudas de usuario, interactuar con los mismos, ofrecer pequeños regalos o promociones. Muy seguramente esto permitirá que los mismos usuarios compartan esa información con otros usuarios y a la vez generar un constante ruido, con esto se pretende afianzar día a día la relación de la compañía con los clientes.



EL DIA CMYK

Debido a los colores primarios característicos de composición del tonner, se realizará un evento el cual será de días limitados; este contara con un beneficio de precios en insumos, impresoras y artículos relacionados a objeto social de la empresa. El evento tendrá difusión a través de las redes sociales, lo que se pretende es generar expectativa y al mismo tiempo ruido en las diferentes redes. Todo esto se llevara a cabo con un lapso de tiempo de 6 meses de anterioridad al evento con el fin de que la información sea difundida de manera masiva.

El día del Evento habrá muchas sorpresas como promociones, invitados, conferencias, sorpresas y actividades BTL dentro del recinto. En donde los clientes podrán empezar a acumular puntos por las órdenes de pedidos y compras que se inicien ese día.

Utilizaremos los siguientes hashtag para mover las redes e incentivar la participación.

#recargateconOvertake

#recicla #reutiliza #reduce

#eldiacmyk

RECOMENDACIONES

Consideramos que la empresa necesariamente debe incursionar en el mundo digital, porque analizamos que tiene una gran oportunidad para sobresalir en el mercado de Remanufactura, manteniendo los mismos estándares de calidad que se mencionan en su política.

Para una empresa es importante el departamento de mercadeo, ya que es el encargado de darle la directriz correspondiente a las ventas y ejecución de nuevas estrategias que permitan el crecimiento de la empresa a nivel financiero corporativo y demás.

Cuentan en este momento con herramientas digitales, pero sin ningún movimiento y sin la generación de contenido, lo ideal es hacer la utilización al máximo de los recursos que tienen para poder atraer nuevos clientes y estar a la vanguardia de los cambios que presentan el mundo tecnológico.

Generar un sistema de promociones descuentos con los clientes, en este sistema podemos generar un método de acumula puntos por cada orden de pedido,

Fuentes

Marketing on line; las

Redes sociales con mayores ventajas para empresas

<http://www.aldeonline.com/blog/las-6-redes-sociales-con-mayores-ventajas-para-empresas/#sthash.hETE9cXz.dpuf>

Inbound marketing: que es. Origen, metodología y filosofía

<http://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es>

Victor Chirillo Licenciado en comunicación publicitaria e institucional UCA

Redes sociales y su importancia en el marketing

<https://posicionamientoweb.pw/redes-sociales-su-importancia-en-el-marketing>

Diciembre de 2015